

## شاخص تجارت خارجی در رویکرد اسلامی

Tavakoli@iki.ac.ir

محمدجواد توکلی / استادیار گروه اقتصاد مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی  
دریافت: ۱۳۹۷/۱۲/۰۷ - پذیرش: ۱۳۹۸/۰۵/۰۵

### چکیده

در مباحث تجارت بین الملل، شاخص‌هایی برای سنجش عملکرد کشورها در تجارت خارجی ارائه شده است. این مقاله به دنبال پاسخ به این سؤال است که در رویکرد اسلامی، چه شاخصی برای سنجش عملکرد تجارت خارجی می‌توان ارائه داد؟ بنا به فرضیه مقاله، شاخص‌های متعارف تجارت خارجی ناسازگاری‌هایی با رویکرد اسلامی دارند. شاخص پیشنهادی این مقاله مبتنی بر مبانی اسلامی و نظریه تجارت خارجی مطلوب در رویکرد اسلامی است. بر اساس نظریه مطرح شده در این تحقیق، تعیین وضعیت مطلوب تجارت خارجی اسلامی در سه بعد اقلام تجاری، طرف‌های تجاری و شرایط تجاری وابسته به ارزیابی میزان تحقق پنج جهت‌گیری کلی است. بر این اساس، تجارت خارجی اسلامی باید موجب جلب منفعت تجاری عمومی، حصول تجارت طیب، تأمین استقلال تجاری، تقویت همگرایی تجاری اسلامی و تأمین اقتضات عدالت و انصاف شود. شاخص ترکیبی پیشنهادی در این مقاله متشکل از نماگرهایی است که جهت‌گیری‌های پنج‌گانه بالا را می‌سنجند.

**کلیدواژه‌ها:** تجارت خارجی، شاخص تجارت خارجی، نظریه «تجارت خارجی اسلامی»، مزیت مطلق، مزیت نسبی.

طبقه‌بندی JEL: C43, F47, P4, P33, Q27

در میان مباحث تجارت بین‌الملل، مطالعات مرتبط با شاخص‌های تجارت خارجی مطلوب از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. اقتصاددانان برای ارزیابی وضعیت تجارت خارجی کشورها، شاخص‌هایی همچون تراز تجاری، رابطه مبادله، و مزیت نسبی آشکار شده ارائه می‌دهند. این شاخص‌ها به طور عمده، مبتنی بر این نظریه سنتی است که افزایش تجارت خارجی بین کشورها موجب بهتر شدن اوضاع همه می‌شود. این اندیشه به طور عمده، در قالب نظریه «مزیت مطلق»/«آدام اسمیت و نظریه «مزیت نسبی» دیوید ریکاردو معرفی شده و امتداد آن را می‌توان در قالب نظریاتی همچون نظریه «مزیت رقابتی»، نظریه «سیکل عمر کالا» و نظریه «سیاست استراتژیک» مشاهده کرد.

هرچند در فضای مطالعات اقتصاد اسلامی، بررسی‌هایی در زمینه اهمیت تجارت در اسلام صورت گرفته، مطالعه چندانی در زمینه نظریه «تجارت خارجی اسلامی» و به‌ویژه نماگرها و شاخص‌های آن صورت نگرفته است. برخی محققان مسلمان تنها به بیان دیدگاه خود در باره رویکرد اسلام نسبت به تجارت خارجی پرداخته‌اند. برای نمونه، عبدالامیر خلیلی (۱۳۶۹) در مقاله‌ای، رویکرد اسلامی در تجارت خارجی را با نظریه «مزیت مطلق» و «مزیت نسبی» سازگار می‌داند. صدیقی (۱۹۹۹)، اصول حاکم بر تجارت خارجی در رویکرد اسلامی از جمله تأمین احکام و ضوابط شرعی، تحقق عدالت، و کمک به تشکیل جامعه اسلامی را بررسی کرده است. آیت‌الله جوادی آملی (۱۳۸۸)، به برخی جهت‌گیری‌های اقتصادی در روابط با کشورهای خارجی در رویکرد اسلامی اشاره کرده است (جوادی آملی، ۱۳۸۸).

در برخی از آثار ایده شکل‌گیری بازار مشترک مطرح شده است. برای نمونه، علوی (۱۳۷۱) و سابق (۱۳۷۱) ابعاد گوناگون تشکیل بازار مشترک اسلامی را مطرح کرده‌اند. در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی نیز به برخی از ویژگی‌های تجارت خارجی مطلوب اشاره شده است. در این سیاست‌ها، بر برون‌گرایی در عین درون‌زایی تأکید شده است. در بخشی از سیاست‌ها، اشاره‌هایی به برخی معیارهای تجارت خارجی مطلوب، از جمله تعدد شرکای تجاری شده است. برای نمونه، در بند ۶ سیاست‌های مذکور، افزایش تولید داخلی نهاده‌ها و کالاهای اساسی (به‌ویژه در اقلام وارداتی)، و اولویت‌دادن به تولید محصولات و خدمات راهبردی و ایجاد تنوع در مبادی تأمین کالاهای وارداتی با هدف کاهش وابستگی به کشورهای محدود و خاص هدف‌گذاری شده است.

این مقاله، به‌منظور ارتقای ادبیات تجارت خارجی در رویکرد اسلامی، ضمن تبیین نگرش اسلام در زمینه تجارت خارجی، به طراحی شاخص آن می‌پردازد. سؤال اصلی تحقیق این است که برای سنجش وضعیت تجارت خارجی در رویکرد اسلامی، از چه نماگرها و شاخص‌هایی می‌توان استفاده کرد.

پس از تبیین روش‌شناسی تدوین شاخص، شاخص‌های متعارف تجارت بین‌الملل ارزیابی می‌شود. سپس مبانی نظری شاخص تجارت خارجی در رویکرد اسلامی بررسی شده، نماگرهایی برای سنجش وضعیت مطلوب تجارت خارجی در رویکرد اسلامی پیشنهاد می‌شود. در انتها، نماگرهای پیشنهادی در قالب شاخص پیشنهادی تجمیع می‌شوند.

## روش‌شناسی تدوین شاخص تجارت خارجی در رویکرد اسلامی

در تدوین شاخص تجارت خارجی اسلامی، ضمن استفاده از روش متداول در تدوین شاخص‌های اقتصادی،

اقتضائات روشی شاخص‌سازی در رویکرد اسلامی ملاحظه شده است. در این رویکرد، شاخص‌سازی با تعریف مفهوم مورد سنجش، تعیین ابعاد و اهداف، آغاز و در ادامه، نماگرها و متغیرهای مؤثر در اندازه‌گیری آنها طراحی می‌شوند. در ادامه، با میانگین‌گیری از نماگرها، شاخص به دست می‌آید (اوا‌سی‌دی و جی‌آرسی، ۲۰۰۸).

تبیین مفهوم «تجارت خارجی» در رویکرد اسلامی، مستلزم مراجعه به منابع دینی و استنباط نظریه «تجارت خارجی اسلامی» است. برای این منظور، از رویکردی مشابه روش‌شناسی شهید صدر برای استخراج جهت‌گیری‌های کلی در اقتصاد اسلامی استفاده شده است. در این رویکرد، از مفاهیم، احکام فقهی، آیات قرآن مجید و روایات معصومان علیهم‌السلام به‌عنوان روبنا به‌منظور استنباط جهت‌گیری‌های تجارت خارجی در رویکرد اسلامی به‌مثابه زیربنا استفاده می‌شود.

جدول ۱. مفاهیم کلیدی در شاخص تجارت خارجی در رویکرد اسلامی

عناوین	شرح	تطبیق بر شاخص تجارت خارجی در رویکرد اسلامی
مفهوم	پدیده مورد سنجش	وضعیت مطلوب تجارت خارجی در رویکرد اسلامی
ابعاد	قلمروهای پدیده مورد سنجش	اقلام، طرف‌ها و شرایط تجاری
اهداف / معیارها	جهت تغییرات مطلوب	وضعیت مطلوب در زمینه ارقام، طرف‌ها و شرایط تجاری
نماگر	سنجه اندازه‌گیری میزان تحقق اهداف / معیارها	ابزار سنجش وضعیت مطلوب در ارقام، طرف‌ها و شرایط تجاری
متغیر	داده‌های لازم برای محاسبه نماگر	داده‌ها برای محاسبه نماگرهای شاخص تجارت خارجی مطلوب
شاخص	برایند نماگرها	میانگین نماگرهای تجارت خارجی در رویکرد اسلامی

مهم‌ترین مرحله در تدوین شاخص تجارت خارجی در رویکرد اسلامی، استنباط نظریه «تجارت خارجی اسلامی» و اقتضائات آن است. برای دستیابی به این نظریه، باید ضمن توجه به مبانی فلسفی اسلامی، اهداف، محدودیت‌ها و راهبردهای تجارت خارجی مطلوب اسلام را استخراج کنیم. این بحث زمینه تبیین جهت‌گیری‌های مطلوب تجارت خارجی در رویکرد اسلامی، و در ادامه، تدوین نماگرها و شاخص آن را فراهم می‌کند.

### نقد و بررسی نماگرهای تجارت خارجی متعارف

پیش از بحث از شاخص تجارت خارجی اسلامی، ارزیابی نماگرهای مطرح شده برای سنجش تجارت خارجی در اقتصاد متعارف ضروری است. این نماگرها عمدتاً مبتنی بر اندیشه تجارت آزاد و نظریه‌های «مزیت مطلق» و «مزیت نسبی» در ادبیات تجارت بین‌الملل است. از جمله مهم‌ترین نماگرهای تجارت خارجی متعارف، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

**الف. تراز تجاری:** این نماگر ارزش خالص صادرات و واردات کالاها و خدمات یک کشور در طول یک دوره معین را نشان می‌دهد. مثبت بودن این نماگر به مفهوم وجود مازاد در تراز تجاری، و منفی بودن آن به مفهوم وجود کسری است. در حالت تراز تجاری، شاخص عدد صفر را نشان می‌دهد.

**ب. رابطه مبادله تجاری (Terms of trade (TOT):** این نماگر میزان بهره‌مندی یک کشور از منافع تجارت بین‌الملل را در قالب رابطه مقداری مبادله، رابطه قیمتی مبادله و رابطه مبادله درآمدی نشان می‌دهد.

**ج. رابطه مقداری مبادله (یا نسبت واردات به صادرات):** از تقسیم واردات کل یک کشور ( $Q_m$ ) به صادرات کل

( $Q_x$ ) آن به دست می‌آید.

$$GTT = \frac{Q_m}{Q_x}$$

رابطه مقداری مبادله:

این نماگر ظرفیت واردات یک کشور بر حسب میزان مشخصی از صادرات را نشان می‌دهد. بهبود رابطه مقداری مبادله به این مفهوم است که واردات بیشتری در مقابل حجم مشخصی از صادرات به نسبت سال پایه انجام شده است (یوسف‌وند و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۷-۲۸).

د. **رابطه قیمتی مبادله:** این رابطه از تقسیم قیمت کالاهای صادراتی  $P_x$  به قیمت کالاهای وارداتی  $P_m$  هر کشور به دست می‌آید.

$$NBTT = \frac{P_x}{P_m} * 100$$

رابطه قیمتی مبادله:  $\frac{P_x}{P_m} * 100$

افزایش این نسبت برای یک کشور حاکی از آن است که حجم بیشتری از کالاهای وارداتی را می‌توان با استفاده از مقادیر مشخصی از صادرات تأمین کرد (اسلاملوئیان و خدادادی، ۱۳۸۳، ص ۱۸۷-۱۹۱).

هـ. **رابطه درآمدی مبادله (Income Terms of Trade):** این نماگر از حاصل ضرب رابطه قیمتی مبادله در حجم کالاهای صادراتی  $Q_x$  به دست می‌آید.

$$INTT = \left(\frac{P_x}{P_m}\right)Q_x$$

رابطه درآمدی مبادله:  $\left(\frac{P_x}{P_m}\right)Q_x$

افزایش این نماگر به معنای افزایش ظرفیت وارداتی و حاکی از آن است که در برابر فروش کالاهای صادراتی، حجم بیشتری از واردات را می‌توان به دست آورد.

و. **بهره‌وری رابطه مبادله‌ای تک‌عاملی:** رفاه نسبی حاصل از تجارت خارجی را می‌توان از طریق تغییرات بهره‌وری در تولید کالاهای صادراتی به شکل زیر اندازه‌گیری کرد.

$$S = \left(\frac{P_x}{P_m}\right)Z_x$$

بهره‌وری رابطه مبادله‌ای تک‌عاملی:  $\left(\frac{P_x}{P_m}\right)Z_x$

در نسبت بالا،  $P_x$ ،  $P_m$  و  $Z_x$  به ترتیب، شاخص قیمت کالاهای صادراتی و وارداتی و بهره‌وری کالاهای صادراتی را نشان می‌دهند. افزایش در  $S$  به معنای آن است که با یک واحد بیشتر صادرات، مقادیر بیشتری واردات عاید کشور شده است. ز. **بهره‌وری رابطه مبادله‌ای دوعاملی:** این نماگر، که حالت تعمیم‌یافته نماگر قبلی است، تغییرات در بهره‌وری عوامل تولید کالاهای صادراتی و وارداتی را می‌سنجد.

$$D = \left(\frac{P_x}{P_m}\right)\left(\frac{Z_x}{Z_m}\right)$$

بهره‌وری رابطه مبادله‌ای دوعاملی:  $\left(\frac{P_x}{P_m}\right)\left(\frac{Z_x}{Z_m}\right)$

در رابطه بالا،  $Z_x$  و  $Z_m$  به ترتیب، بیان‌کننده شاخص بهره‌وری در واردات و صادرات می‌باشند. افزایش در  $D$  نمایانگر این است که یک واحد از عوامل تولید داخلی استفاده شده در تولید کالاهای صادراتی می‌تواند با واحدهای بیشتری از عوامل تولید خارجی استفاده شده در تولید کالاهای وارداتی مبادله گردد (رحیمی بروجردی، ۱۳۷۴، ص ۲۷۰-۲۷۵؛ سالواتوره، ۱۳۷۴، ص ۴۷۳-۴۸۱).

ح. **هزینه منابع داخلی (Domestic Resource Cost (DRC):** از این نماگر برای نشان دادن کارایی در تخصیص منابع تولید برای صادرات و واردات استفاده می‌شود و به صورت ذیل محاسبه می‌شود:

$$DRC = \frac{C - eci}{ePw - eci}$$

در نسبت بالا، C: هزینه تولید؛ x: نرخ ارز؛ Pw: قیمت مرزی کالا؛ و Ci: هزینه نهاده‌های وارداتی است. DRC هزینه فرصت از دست رفته واقعی منابع داخلی را، که صرف تولید یک کالای خاص شده است، برحسب قیمت‌های جهانی بیان می‌کند و نشان‌دهنده مزیت نسبی یک کشور در تولید یک کالای خاص است. اگر شاخص کوچک‌تر از یک باشد، به مفهوم وجود مزیت نسبی آن کشور در تولید کالای مطمح‌نظر است (همان).

ط. مزیت نسبی آشکار شده (Revealed comparative advantage (RCA)): این نماگر برای سنجش مزیت نسبی طراحی شده و از تقسیم ارزش صادرات یک کالای خاص توسط یک کشور بر ارزش صادرات همان کالا توسط سایر کشورها به دست می‌آید. شکل تعدیل یافته این نماگر به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$RAC_a^i = \left( \frac{\left( \frac{X_a^i}{X_T^i} \right)}{\frac{X_a^w}{X_T^w}} \right)$$

در نماگر بالا  $X_a^i$ ،  $X_T^i$ ،  $X_a^w$ ،  $X_T^w$ ، به ترتیب، ارزش صادرات و واردات کالای a توسط کشور i ارزش صادرات جهانی کالای a، و ارزش کل صادرات جهانی را نشان می‌دهند.

ی. نماگر آزادی تجاری (Trade Freedom): نماگری ترکیبی است که از شاخص‌های میانگین وزنی نرخ تعرفه، محدودیت‌های غیرتعرفه‌ای و فساد در خدمات گمرکی به دست آمده و درجه آزادی تجارت کشورها را اندازه‌گیری می‌کند (کفایی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۳۳-۱۳۴).

ک. نماگر بازبودن تجاری (Trade-to-GDP ratio): برای اندازه‌گیری شدت باز بودن تجارت یک کشور، در ساده‌ترین شیوه، نسبت تجارت یک کشور (مجموع صادرات و واردات) به تولید ناخالص داخلی اندازه‌گیری می‌شود. این نماگر نشان می‌دهد تجارت خارجی چه سهمی از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص می‌دهد.

$$I = \frac{X + M}{GDP}$$

عمده نماگرهای متعارف تجارت خارجی در چارچوب پارادایم «تجارت آزاد»، میزان آزادی تجارت و سطح تجارت بر مبنای مزیت نسبی را اندازه‌گیری می‌کنند (مایر، ۱۳۸۲، ص ۷۰-۸۱؛ میرجلیلی، ۱۳۸۸، ص ۵-۷ و ۳۳-۳۵؛ پورمقیم، ۱۳۸۵، ص ۱۰۱). در این نماگرها، توجه چندانی به میزان بهره‌مندی کشورهای در حال توسعه از عواید تجارت خارجی، به‌ویژه در حالت تمرکز این کشورها بر صادرات مواد خام، نشده است. در این نماگرها، به هزینه‌های مخفی تجارت خارجی، از جمله هزینه‌های زیست‌محیطی نیز توجه نشده است. این نکته اخیراً در قالب «شاخص تولید ملی سبز» مطرح شده است (توکل و شفیع‌نژاد، ۱۳۹۱).

علاوه بر این، نماگرهای پیشنهادی توجه چندانی به عنصر استقلال تجاری کشورها نمی‌کند. همان‌گونه که بیان خواهد شد، اتکای کشورها در تأمین نیازهای اساسی به تجارت بین‌الملل، می‌تواند موجب افزایش آسیب‌پذیری کشورهای ضعیف شود. همچنین نماگری همچون نماگر «مزیت نسبی آشکار شده» فقط مزیت نسبی محقق شده و نه مزیت نسبی بالقوه را اندازه‌گیری می‌کند. علاوه بر این، در بسیاری از شاخص‌های پیشنهادی، به ترکیب واقعی

تجارت خارجی کشورها توجه چندانی نمی‌شود. برای مثال، ممکن است میزان بالای صادرات یک کشور نتیجه خام‌فروشی یا ترویج صنایع مونتاژ باشد (استیگلیتز، ۱۳۸۷، ص ۵۶). در زمینه نماگر رابطه مبادله نیز نقدهایی مطرح شده است. برای نمونه، هابریگر با وجود طرفداری از نظریه کلاسیک «تقسیم بین‌المللی حاصل از تجارت خارجی»، رابطه مبادله را شاخص مناسبی برای سنجش عواید تجارت خارجی نمی‌داند.

نتایج برخی از مطالعات تجربی نشان می‌دهد که علی‌رغم ادعاهای نظری مطرح شده از سوی اقتصاددانان کلاسیک و نئوکلاسیک، منافع تجارت آزاد به صورت عادلانه بین کشورهای جهان توزیع نمی‌شود. بخشی از منافع کشورهای درحال توسعه از تجارت خارجی، منافی است که آنها از صادرات ذخایر طبیعی، که در آن مزیت نسبی دارند، حاصل می‌شود. آنان درآمد اندک حاصل از خام‌فروشی را صرف واردات کالاهای صنعتی گران‌قیمت و با ارزش‌افزوده بالا می‌کنند (گوس، ۲۰۰۴).

با توجه به مباحثی که در ادامه می‌آید، شاخص‌های پیشنهادی تجارت خارجی نمی‌تواند وضعیت مطلوب تجارت خارجی در رویکرد اسلامی را بسنجد. مشکل عمده شاخص‌های مزبور این است که نمی‌توانند وضعیت تجارت خارجی در رویکرد اسلامی را، که در آن بر اهدافی همچون ارزش‌افزوده طیب و استقلال اقتصادی تأکید می‌شود، بسنجد. شاخص‌های معرفی شده عمدتاً مبتنی بر رویکرد «مزیت مطلق» و «مزیت نسبی» است که نمی‌توانند ارزیابی مناسبی از وضعیت تجارت خارجی در رویکرد اسلامی داشته باشند.

### مبانی نظری شاخص تجارت خارجی از دیدگاه اسلام

یکی از پیش‌شرط‌های استخراج و تدوین نماگرها و شاخص تجارت خارجی مطلوب در رویکرد اسلامی، داشتن نظریه‌ای مشخص در زمینه تجارت خارجی مطلوب از نظر اسلام است. نظریه تجارت خارجی مطلوب از نظر اسلام، به طور عمده به سؤال‌های محوری زیر پاسخ می‌گوید:

- الف. آیا تجارت خارجی از نظر اسلام پدیده مطلوبی است؟ (ارزش تجارت خارجی از نظر اسلام).
- ب. نظام تجارت خارجی مطلوب از نظر اسلام چه اهدافی را باید دنبال کند؟ (اهداف تجارت خارجی مطلوب از نظر اسلام).
- ج. نظام تجارت خارجی مطلوب از نظر اسلام تابع چه ضوابطی است؟ (ضوابط تجارت خارجی مطلوب از نظر اسلام).
- د. نظام تجارت خارجی مطلوب از نظر اسلام، چه راهبردها و سیاست‌هایی را می‌باید دنبال کند؟ (سیاست‌های تجارت خارجی مطلوب از نظر اسلام).

برای پاسخگویی به سؤال‌های مزبور، باید تحلیل روشنی از چهار محور جایگاه (ارزش)، اهداف، ضوابط و سیاست‌های تجارت خارجی مطلوب از نظر اسلام داشته باشیم.

### جایگاه تجارت خارجی در اندیشه اسلامی

در منابع اسلامی تأکید بر اهمیت و زیادی نسبت به اهمیت و ارزش‌افزوده مثبت تجارت شده است. در آیه ۲۹ سوره نساء، تجارت همراه با رضایت اطراف آن مقبول اسلام معرفی شده است. پیامبر اکرم ﷺ در روایتی می‌فرمایند: «برکت ده

قسمت است، و نه دهم آن در تجارت است» (حرعاملی، ۱۴۰۹ق، ص ۱۰). امام علی علیه السلام نیز می‌فرماید: «تجارت کنید؛ زیرا موجب بی‌نیازی شما از دیگران می‌شود» (صدوق، ۱۴۱۳ق، ص ۱۹۳). هرچند عمده مطالب مطرح شده در آیات و روایات در خصوص مطلق تجارت است، ولی درباره تجارت خارجی نیز مصداق دارند؛ به‌ویژه آنکه در زمان صدر اسلام، تجارت میان مناطق و بلاد گوناگون بسیار رایج بود و اهل حجاز برای تجارت به شامات و عراق سفر می‌کردند. خود رسول اکرم صلی الله علیه و آله نیز پیش از بعثت، با مال‌التجاره حضرت خدیجه تجارت می‌کردند (حرعاملی، ۱۴۰۹ق، باب استحباب التجاره). با وجود ارزش‌گذاری مثبت تجارت در اسلام، به آفت‌های آن نیز توجه شده است (همان، ص ۴۰۶؛ مجلسی، ۱۳۸۰، ص ۴۳۲). از جمله آسیب‌هایی همچون زیاده‌خواهی، حرص، احتکار، و کم‌فروشی بیان شده است (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ص ۱۳۲؛ حسینی جرجانی، ۱۴۰۴ق، ص ۲۳۵).

### اهداف تجارت خارجی از نگاه اسلام

محققان مسلمان در زمینه تبیین اهداف تجارت خارجی از نگاه اسلام، دو رویکرد متفاوت دارند: در رویکرد اول، بر اندیشه‌های تجارت بین‌الملل متعارف در زمینه اهداف تجارت خارجی تأکید شده است. بر اساس این رویکرد، هدف از تجارت خارجی بهره‌مندی از منافع حاصل از تقسیم کار جهانی و تمرکز کشورها بر مزیت‌های نسبی است. برای نمونه، می‌توان به دو نمونه زیر اشاره کرد:

برخی معتقدند: اسلام نه تنها از تجارت بر مبنای مزیت نسبی دفاع کرده است، بلکه این موضوع ریشه تکوینی دارد. برای تأیید این نظریه، علاوه بر استناد به دلایلی همچون منافع دوطرفه تجارت داوطلبانه و صرفه‌های حاصل از تخصص‌گرایی و تقسیم کار بین‌المللی، به برخی شواهد قرآنی نیز استناد شده است. بر این اساس، استدلال شده است که قانون «مزیت نسبی» و دادوستد داوطلبانه را خداوند تبارک و تعالی در سوره زخرف چنین بیان می‌فرماید: «تَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا» (زخرف: ۳۲). علامه طباطبائی در تفسیر این آیه می‌نویسد: ممکن است جمله «وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ» را عطف تفصیلی برای جمله «تَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ» بگیریم؛ یعنی به خاطر مزیت و برتری عده‌ای بر عده دیگر، ما معیشت را بین آنها تقسیم می‌کنیم. در نتیجه، جمله مزبور بیانی برای تقسیم معیشت است (خلیلی، ۱۳۶۹، ص ۲۵۵). همچنین آیات مرتبط با مجاز بودن تجارت در اسلام، از جمله آیه ۲۷۵ سوره بقره «أَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا» نیز شاهدی بر رویکرد مثبت اسلام نسبت به تجارت آزاد مبتنی بر مزیت‌های نسبی قلمداد شده است (همان، ص ۲۵۷).

از نگاه برخی محققان، هرچند در قرآن مجید وجود گروه‌ها و قبیله‌ها پذیرفته شده، ولی هیچ فرد یا گروهی حق استثمار دیگران را ندارد؛ هیچ گروهی نمی‌تواند رحمت و اسعه ناشی از شرایط اقتصادی را در خود منحصر سازد. همچنین هیچ گروهی حق ندارد خود را از بقیه جامعه بشری جدا کند. بر اساس این نگرش، جامعه جهانی یک کل به هم پیوسته است که باید با هم کار کند؛ به این امید که روزی کل جهان، اسلامی شود. تجارت آزاد از همان آغاز، در اسلام وجود داشته است، و هر زمان که صلح مستقر می‌گردید همه مرزهای محلی و گمرکات و دیگر موانع تجاری به

یک باره حذف و برچیده می‌شد. پیامبر اکرم ﷺ تمام دخالت‌ها در امور تجارت را که منجر به تداوم و تمرکز تجارت در قشر خاصی شود، از بین برد. بعد از ظهور اسلام و در دوران‌های بعدی، کالاهای بی‌زانس، که محصول دشمن حکومت اسلامی بود، آزادانه از مرزهای حکومت اسلامی عبور می‌کرد. بنابراین، گستره آزادی تجارت در چشم‌انداز اسلامی تا حدی است که حتی تردد آزاد کالای دشمن را نیز مجاز می‌شمرد (صلاح‌الدین، ۱۳۸۴، ص ۵۲۶-۵۲۷). البته باید توجه داشت که آزادی تجارت کالاهای دشمن مشروط بدان است که ضرری برای جامعه اسلامی نداشته باشد.

در رویکرد دوم، علاوه بر توجه به منافع اقتصادی تجارت خارجی، اهداف دیگری، از جمله رعایت ضوابط شرعی، حفظ استقلال اقتصادی و تقویت امت واحد اسلامی مطرح‌نظر قرار گرفته است. برای نمونه، برخی محققان برای تجارت خارجی اهدافی همچون حفظ و ارتقای منافع اقتصادی ملی مردم (هر کشور) با اولویت تأمین نیازها؛ رعایت ضوابط شرعی معاملات اقتصادی، تحقق عدالت و برابری، تقویت امت اسلامی و کمک به تحقق آرمان جامعه اسلامی در گسترش اسلام و ترویج اهداف آن و بهبود رفاه مردم در تمام جهان بیان کرده‌اند (صدیقی، ۱۹۹۹، ص ۹-۴۲). از نگاه ایشان، هدف اخیر دارای بالاترین اهمیت است؛ زیرا به تشکیل امت واحد کمک می‌کند. رعایت احکام معاملات و تحقق عدالت نیز نسبت به تأمین منافع اقتصادی ملی اولویت دارد.

### حفظ و ارتقای منافع اقتصادی ملی با اولویت تأمین نیازها

در آیات و روایات، بر منفعت حاصل از تجارت تأکید شده است. برای نمونه، برخی از مفسران در تفسیر آیه ۳۳ سوره حج، که خداوند می‌فرماید: «وَلَكُمْ فِيهَا مَنَافِعُ»، آن را به منافع تجارت ناظر دانسته‌اند (قطب‌الدین راوندی، ۱۴۰۵ق، ص ۲۹۴). همچنین در تفسیر آیه ۲۱۹ سوره بقره، که در آن عنوان شده ضررهای شراب از منافع آن بیشتر است، منافع به سود حاصل از تجارت آن تفسیر شده است (همان، ج ۲، ص ۲۷۶). در نامه امام علی علیه السلام به مالک/اشتر نیز به اهمیت و کارکرد تجارت تصریح شده است. ایشان می‌نویسند: «ای مالک، امور تجار و صنعت‌گران را شخصا بررسی کن، چه آنان که در شهر مشغول تجارتند، و چه آنان که در اطراف زندگی می‌کنند؛ زیرا آنها منابع اصلی منافع و اسباب آسایش جامعه به‌شمار می‌روند؛ آنهایند که از سرزمین‌های دوردست، از پرتگاه‌ها و کوهستان‌ها و دریاها و سرزمین‌های هموار و ناهموار مواد مورد نیاز را گرد می‌آورند؛ از مناطقی که عموم مردم با آن سروکاری ندارند و جرأت رفتن به آن سامان را نمی‌کنند» (ابن‌ابی‌الحدید، ۱۴۰۴ق، ص ۸۳). در روایتی منسوب به امام رضا علیه السلام، تجارت مایه کسب منفعت و قوام معیشت تلقی شده است (فقه‌الرضا، ۱۴۰۶ق، ص ۳۰۱).

### کمک به تحقق اهداف جامعه آرمانی اسلامی

یکی دیگر از اهداف تجارت خارجی اسلامی کمک به تحقق تمام اهداف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جامعه آرمانی اسلامی است. در این راستا، هدف عمده سیاسی تشکیل امت واحد اسلام است. این امر در خدایت تاجرت اهداف فرهنگی و اجتماعی اسلام به‌شمار می‌رود که همان ترویج اندیشه‌ها و ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی اسلام در سطح جهان است.



## ضوابط تجارت خارجی مطلوب از نظر اسلام

منظور از «ضوابط»، بایدها و نبایدهای شرعی است که پیگیری اهداف تجارت خارجی مطلوب بایند در چارچوب آن صورت گیرد. این بایدها و نبایدها گستره‌ای از ضوابط حقوقی و اخلاقی را شامل می‌شود. در یک تقسیم‌بندی، می‌توان ضوابط تجارت خارجی مطلوب در دیدگاه اسلامی را در سه دسته قرار داد:

۱. ضوابط ناظر به کالاها و خدمات مورد معامله؛

۲. شرایط طرف‌های معامله؛

۳. شرایط معامله.

### ضوابط ناظر بر اقالام تجاری

در فقه اسلامی، ضوابط خاصی در خصوص اقالامی که در تجارت مبادله می‌شوند، وجود دارد. از جمله مهم‌ترین ضوابط در این زمینه، می‌توان به لزوم طیب بودن کالاها و خدمات صادراتی و وارداتی و طیب بودن فرایند تولید و مبادله کالاها و خدمات اشاره کرد:

۱. **طیب بودن اقالام و فرایند تجاری:** رعایت موازین کسب حلال و طیب در تجارت خارجی حاصل تعمیم اصل «تجارت حلال و طیب در بازرگانی داخلی» است. همان‌گونه که در تجارت داخلی، شرط حلال و طیب بودن کالاها و خدمات مورد مبادله مطرح است، همین شرط در تجارت خارجی نیز صادق است؛ زیرا اطلاعات ادله شامل تجارت خارجی نیز می‌شود (توکلی و شفیعی‌نژاد، ۱۳۹۱).

۲. **حفظ استقلال و امنیت اقتصادی:** در بینش اسلامی، مداخله بیگانگان در سیاست و اقتصاد کشور اسلامی، که موجب نفی استقلال و سیادت ملی مسلمانان در انتخاب سرنوشت مشترکشان شود، به شدت مذموم بوده و از آن نهی شده است (نساء: ۱۴۱). از آن‌رو که تجارت خارجی می‌تواند استقلال و امنیت اقتصادی کشور اسلامی را آماج تهدید قرار دهد، مبادلات تجاری به خارجیان نباید به این دو هدف اساسی نظام اسلامی ضربه وارد کنند.

۳. **رعایت اعتدال در تأمین نیازها:** یکی از جلوه‌های رعایت توازن در تجارت خارجی، فاصله گرفتن از کسری تجاری است. کسری تجاری هنگامی منفی است که فزونی واردات بر صادرات در خدمت مصرف و نه تولید قرار گیرد. علاوه بر آن، گسترش بی‌رویه واردات و واردات کالاهای غیر ضروری و تجملی نیز از مصادیق خروج از اعتدال و تبذیر در به‌کارگیری منابع است.

### ضوابط ناظر بر طرف‌های تجاری

بسیاری از ضوابط ناظر بر روابط سیاسی دولت اسلامی در خصوص روابط اقتصادی نیز صادق است. از آن جمله، می‌توان به موضوعاتی همچون مواسات و همیاری، همزیستی مسالمت‌آمیز، دفاع از حقوق مسلمانان و حمایت از مسلمانان و عدم تعهد در برابر مستکبران اشاره کرد.

۱. **مواسات و همیاری:** از روم همیاری و مواسات در تجارت میان کشورهای اسلامی را می‌توان با توجه به تأکیدات اسلام در شکل‌گیری امت واحده اسلامی تبیین کرد.

۲. همزیستی مسالمت‌آمیز و عزتمند: اصل اولی در روابط و مناسبات امت اسلامی با ملت‌های دیگر، تلاش برای صلح و احیای همزیستی است (بقره: ۲۰۸؛ انفال: ۶۱؛ نساء: ۹ و ۱۲۸). یکی از مصادیق همزیستی مسالمت‌آمیز عزتمند، داشتن روابط تجاری است.

### ضوابط ناظر بر شرایط تجارت خارجی

بسیاری از ضوابط و اصول حاکم بر چگونگی روابط سیاسی ملت و دولت اسلامی با سایر ملت‌ها بر روابط اقتصادی خارجی نیز صادق است که از آن جمله، می‌توان به مصادیق ذیل اشاره کرد:

یکم. لزوم رعایت عدالت: اهمیت عدالت در اسلام، به حدی است که خداوند هدف از رسالت انبیا را اقامه عدل و قسط ذکر کرده است (حدید: ۲۵؛ اعراف: ۲۹). خداوند ضمن امر به قسط و عدل، افراد عادل را محبوب خود می‌داند (ممتحنه: ۸؛ مائده: ۴۲؛ حجرات: ۹).

دوم. اولویت رعایت انصاف: در منابع اسلامی، بر رعایت انصاف و حتی احسان در تجارت تأکید شده است (محمدی ری‌شهری، ۱۳۶۲، ص ۶۵؛ حرعاملی، ۱۴۰۹ق، ص ۲۸۳). از جمله دستورات اسلامی ناظر به رعایت انصاف و احسان در تجارت، می‌توان به موضوعاتی همچون استتباب پذیرش اقاله، سهل گرفتن در مبادله (نهج‌البلاغه، ن ۵۳) و همچنین تأکید بر فرق نگذاشتن میان مشتریان اشاره کرد (کلینی، ۱۴۰۷ق، ص ۱۱۳؛ جوادی آملی، ۱۳۸۸، ص ۵۰-۵۱).

### راهبردهای سیاستی تجارت خارجی مطلوب از نگاه اسلام

با توجه به اهداف تجارت خارجی مطلوب از نگاه اسلام و اصول حاکم بر آن، می‌توان راهبردهای کلانی در زمینه مهندسی تجارت خارجی کشورهای اسلامی ارائه داد:

یک. تقویت مزیت‌های پایدار طیب: این راهبرد ناظر به سرمایه‌گذاری بلندمدت برای بیشینه ساختن خالص منافع پایدار تجارت خارجی با رویکرد تولید طیب است. لازمه این راهبرد سرمایه‌گذاری کلان برای کاهش صادرات مواد خام، تقویت صادرات با ارزش افزوده بالا، ایجاد تنوع در صادرات و سرمایه‌گذاری در تولید و صادرات محصولات طیب است.

دو. همگرایی تجاری اسلامی: مراد از راهبرد همگرایی اسلامی در تجارت خارجی، پایه‌ریزی زمینه افزایش تعاملات تجاری میان کشورهای اسلامی است.

سه. فرهنگ‌سازی تجارت طیب: تقویت سازمان‌یافته اخلاق تجارت خارجی اسلامی نیازمند ایجاد بسترهای فرهنگی مناسب آن است.

چهار. نظام تعرفه تجاری هوشمند: یکی از راهبردهای مهم در جهت تقویت تجارت خارجی بر اساس الگوی مطلوب اسلامی، ایجاد نظام تعرفه هوشمند واردات و صادرات است.

### ابعاد و معیارهای تجارت خارجی مطلوب در رویکرد اسلامی

تأمل در اهداف کلانی اسلام در زمینه اهداف، ضوابط و راهبردهای سیاستی تجارت خارجی مطلوب می‌تواند زمینه‌ساز تعیین ابعاد تجارت خارجی مطلوب و همچنین استخراج معیارها یا جهت‌گیری مطلوب تغییرات باشد (جدول ۲).

جدول ۲. اهداف، ضوابط، راهبردها، ابعاد و معیارهای تجارت خارجی مطلوب در رویکرد اسلامی

اهداف	ضوابط	راهبردها	ابعاد	معیارها
حفظ و ارتقای منافع اقتصادی ملی با اولویت نیازها؛ کمک به تحقق اهداف جامعه آرمانی اسلامی	طیب بودن اقلام و فرایند تجاری؛ حفظ استقلال و امنیت اقتصادی؛ رعایت اعتدال در تأمین نیازها؛ مواسات و همیاری؛ همزیستی مسالمت‌آمیز و عزتمند؛ عدالت؛ و انصاف	تقویت مزیت‌های پایدار تجارت طیب؛ همگرایی تجاری اسلامی؛ فرهنگ‌سازی تجارت طیب؛ نظام تعرفه تجاری هوشمند	کالاها و خدمات مورد مبادله (اقلام تجاری)؛ طرف‌های مبادله (طرف‌های تجاری)؛ شرایط مبادله (شرایط تجاری)	رشد منافع تجاری عمومی؛ رشد تجارت طیب؛ تقویت استقلال تجاری؛ رشد همگرایی تجاری اسلامی؛ تحقق عدالت و انصاف

## نماگرهای تجارت خارجی در رویکرد اسلامی

نماگرهای تجارت خارجی در رویکرد اسلامی با بررسی لوازم معیارهای معرفی شده در هر یک از ابعاد طراحی می‌شوند. برای سنجش این نماگرها، متغیرهایی معرفی می‌شوند.

### نماگرهای رشد منفعت تجاری عمومی

یکی از معیارهای تجارت خارجی در رویکرد اسلامی این است که منافع حاصل از تجارت به عموم مردم برگردد، نه اینکه منافع تنها به گروه‌های خاصی تعلق گیرد. لازمه تحقق این معیار، فاصله گرفتن از خام‌فروشی، اولویت صادرات کالای نهایی و اولویت صادرات کالاها با ارزش افزوده بالا است. جدول ۳، نماگرهای پیشنهادی برای سنجش رشد منافع تجاری عمومی را نشان می‌دهد:

جدول ۳. نماگرهای رشد منفعت تجاری عمومی

معیار	لوازم معیار	نماگر	متغیرها
رشد منافع تجاری عمومی	فاصله گرفتن از خام‌فروشی	نسبت صادرات غیرخام به واردات	ارزش واردات، ارزش مواد خام صادراتی
	اولویت صادرات کالای نهایی	نسبت صادرات کالاها نهایی به کل صادرات	ارزش صادرات، ارزش صادرات کالاها نهایی
	اولویت صادرات کالاها با ارزش افزوده بالا	نسبت صادرات با ارزش افزوده بالا به کل صادرات	ارزش صادرات، ارزش محصولات صادراتی متکی به فناوری‌های نوین، ارزش خدمات فنی مهندسی
	اولویت صادرات کالاها با ارزش افزوده بالا	نسبت ارزش افزوده داخلی صادرات به کل صادرات	ارزش صادرات، ارزش نهاده داخلی کالاها صادراتی

### نسبت صادرات غیرخام به واردات

این نماگر برای سنجش میزان فاصله گرفتن از خام‌فروشی پیشنهاد شده است:

$$NRM = \frac{X_{NR}}{M}$$

در نسبت بالا،  $NRM$ : نسبت صادرات مواد غیرخام به واردات؛  $X_{NR}$ : ارزش صادرات غیرخام؛ و  $M$ : ارزش کل واردات. نشان می‌دهد. هرچه این نسبت بزرگ‌تر باشد، درصد بیشتری از واردات توسط صادرات مواد غیرخام قابل تأمین مالی است.

## نسبت صادرات کالاهاى نهایی به کل صادرات

از آن رو که صادرات کالای نهایی نسبت به کالاهاى واسطه ارزش افزوده بیشتری نصیب کشور می کند، این نماگر میزان منافع حاصل از صادرات را نشان می دهد:

$$FGX = \frac{X_{FG}}{X}$$

در نسبت بالا،  $FGX$ : نسبت صادرات کالاهاى نهایی به کل صادرات؛  $X_{FG}$ : ارزش کالاهاى نهایی صادراتی؛ و  $X$ : ارزش کل صادرات است. این نسبت عددی بین صفر و یک است. هرچه این نسبت به یک نزدیک تر باشد، درصد بیشتری از کالاهاى صادراتی را کالاهاى نهایی تشکیل می دهد و در نتیجه، ارزش افزوده صادرات در اقتصاد ملی بیشتر است.

## نسبت صادرات با ارزش افزوده بالا به کل صادرات

این نماگر که به ارزش افزوده صادرات توجه کرده، بر اساس نسبت زیر محاسبه می شود:

$$HQX = \frac{X_{HQ}}{X}$$

در نسبت بالا،  $HQX$ : نسبت صادرات کالاها و خدمات دارای ارزش افزوده بالا به کل صادرات؛  $X_{HQ}$ : ارزش کالاها و خدمات صادراتی دارای ارزش افزوده بالا؛ و  $X$ : ارزش کل صادرات را نشان می دهد. این نسبت می تواند رقمی بین صفر و یک باشد. هرچه عدد به یک نزدیک تر باشد، یعنی: کالاها و خدمات دارای ارزش افزوده بالا سهم بیشتری از کل ارزش صادرات را تشکیل می دهد.

## نسبت ارزش افزوده داخلی صادرات

این نماگر میزان ارزش افزوده داخلی ایجاد شده در کالاهاى صادراتی به ارزش ناخالص صادرات را با استفاده از نسبت زیر محاسبه می کند:

$$DViXI = \frac{DViX}{GX}$$

در نسبت بالا،  $DViXI$ ،  $DViX$ ،  $GX$  به ترتیب، نماگر ارزش افزوده داخلی صادرات، میزان ارزش افزوده داخلی کالاهاى صادراتی، و ارزش ناخالص کالاهاى صادراتی را نشان می دهند. این نسبت نشان می دهد که چه سهمی از ارزش افزوده کالاها و خدمات صادراتی به نهادهای داخلی و خارجی تعلق دارد. برای استانداردسازی این نسبت و قرار دادن آن در محدوده صفر و یک، می توان کمیت این نسبت را برای کشور دارای بهترین وضعیت به عنوان مقدار حداکثر و مقیاس سنجش در نظر گرفت.

$$DViXI_a = \frac{DViXI_a - 0}{DViXI_{ID} - 0}$$

## نماگرهای رشد تجارت طیب

طیب بودن اقلام صادراتی و وارداتی مستلزم حلال بودن محصول، سلامت و باکیفیت بودن محصول، و مثبت بودن منافع بیرونی صادرات و واردات است. سنجش این جهت گیری با استفاده از نماگر نسبت مبادلات تجاری طیب، متشکل از دو زیرنماگر صادرات طیب و واردات طیب انجام می شود (جدول ۴).

جدول ۴. نماگرهای تجارت خارجی طیب

متغیرها	نماگر	لوازم معیار	معیار
نماگر نسبت واردات طیب؛ نماگر نسبت صادرات طیب	نماگر نسبت مبادلات تجاری خارجی طیب	حلال بودن محصول	رشد تجارت طیب
ارزش واردات؛ ارزش محصولات حلال وارداتی؛ ارزش محصولات استاندارد وارداتی؛ نرخ تخمینی خالص منفعت / ضرر بیرونی واردات	نماگر نسبت واردات طیب	سلامت و کیفیت محصول	
ارزش صادرات؛ ارزش محصولات حلال صادراتی؛ نرخ تخمینی خالص منفعت / ضرر بیرونی صادرات	نماگر نسبت صادرات طیب	هزینه‌ها و منافع بیرونی	

### نسبت واردات طیب به کل واردات

نماگر نسبت واردات طیب ( $M_T$ )، ارزش واردات طیب یک کشور اسلامی نسبت به ارزش کل واردات آن کشور را با استفاده از نسبت زیر می‌سنجد:

$$M_T = M - M_{HR} - M_{NS} \mp (M_{NEX} * M)$$

در رابطه بالا،  $M$ : ارزش کالاها و خدمات وارداتی؛  $M_{HR}$ : ارزش کالاها و خدمات حرام وارداتی؛  $M_{NS}$ : ارزش کالاها و خدمات وارداتی غیراستاندارد؛ و  $M_{NEX}$ : نرخ تخمینی خالص منفعت / ضرر بیرونی واردات است. در این رابطه، علاوه بر در نظر گرفتن خالص منفعت / ضرر بیرونی واردات، ارزش کالاها و خدمات حرام و غیراستاندارد وارداتی در نظر گرفته شده است.

### نسبت صادرات طیب به کل صادرات

نماگر نسبت صادرات طیب ( $X_T$ )، ارزش کالاها و خدمات طیب صادراتی یک کشور مسلمان را می‌سنجد. برای محاسبه این نماگر، از نسبت محاسباتی زیر استفاده می‌کنیم:

$$X_T = X - X_{HR} - X_{NS} \mp (X_{NEX} * X)$$

در رابطه بالا،  $X$ : ارزش کالاها و خدمات صادراتی؛  $X_{HR}$ : ارزش کالاها و خدمات حرام صادراتی؛  $X_{NS}$ : ارزش کالاها و خدمات صادراتی غیراستاندارد؛ و  $X_{NEX}$ : نرخ خالص منفعت / ضرر بیرونی صادرات است.

### نسبت صادرات و واردات طیب به کل صادرات و واردات

نماگر نسبت صادرات و واردات طیب به کل صادرات و واردات (TTI) و میزان مبادلات تجاری طیب، مقیاسی است که ارزش کل واردات و صادرات طیب را نسبت به کل واردات و صادرات یک کشور اسلامی اندازه‌گیری می‌کند:

$$TTI = \frac{X_T + M_T}{X + M}$$

این نماگر از دو زیرنماگر نسبت صادرات طیب به کل صادرات و نسبت واردات طیب به کل واردات تشکیل شده است که در قسمت قبل توضیح داده شد. هرچه این نسبت به عدد یک نزدیک‌تر شود، نشان از بهبود وضعیت مبادلات تجاری طیب دارد، و هرچه نسبت مزبور از عدد یک فاصله بگیرد، به معنای دور شدن از وضعیت مطلوب است.

## نماگرهای حفظ استقلال تجاری

### Archive of SID

جدول ۵، نماگرهای استقلال تجاری را نشان می‌دهد:

جدول ۵. نماگرهای استقلال تجاری

متغیرها	نماگر	لوازم معیار	معیار
ارزش واردات؛ ارزش واردات کالاهای راهبردی	نرخ خودکفایی در کالاهای راهبردی	خودکفایی در کالاهای راهبردی	حفظ استقلال تجاری
ارزش صادرات؛ ارزش سه قلم عمده صادراتی	نسبت سه قلم عمده صادراتی به کل صادرات	تنوع اقلام صادراتی	
تولید ناخالص داخلی؛ ارزش مواد اولیه و واسطه‌وارداتی	نسبت نهاده داخلی به کل نهاده‌ها	کاهش وابستگی تولید داخلی به نهاده‌وارداتی	
ارزش واردات؛ ارزش واردات اقلام غیر ضروری	نسبت واردات کالاهای ضروری به کل واردات	عدم واردات کالاهای غیر ضروری	
ارزش واردات؛ ارزش کالاهای وارداتی سرمایه‌ای	نسبت کالاهای وارداتی سرمایه‌ای به کل واردات	اولویت واردات کالاهای سرمایه‌ای	
تعداد کشورهای وارد کننده؛ تعداد کشورهای بالقوه وارد کننده	نسبت تعداد شرکای تجاری بالفعل به بالقوه در صادرات	تنوع طرف‌های تجاری	
تعداد کشورهای صادر کننده؛ تعداد کشورهای بالقوه صادر کننده	نسبت تعداد شرکای تجاری بالفعل به بالقوه در واردات		

### نرخ خودکفایی در تولید داخلی اقلام راهبردی

نسبت خودکفایی در تولید داخلی کالاهای راهبردی یکی از نماگرهای قابل استفاده برای سنجش میزان استقلال تجاری است:

$$SS = 1 - \frac{M_S}{C_S}$$

در نسبت بالا،  $SS$ : نرخ خودکفایی در تولید داخلی کالاهای راهبردی؛  $M_S$ : میزان واردات داخلی کالاهای راهبردی؛ و  $C_S$ : میزان مصرف کالاهای راهبردی است.

### نسبت سه قلم عمده صادراتی به کل صادرات

اتکا به صادرات یک یا چند محصول می‌تواند موجب افزایش آسیب‌پذیری یک کشور در تجارت خارجی شود. در مقابل، تنوع صادراتی می‌تواند نشانگر اقتدار و توانمندی در عرصه صادرات باشد. برای سنجش میزان تنوع صادراتی، می‌توان نسبت ارزش سه قلم عمده صادراتی یک کشور به ارزش کل صادرات آن را سنجید:

$$XDI = \frac{\sum_{i=1}^3 Q_{X_i} P_{X_i}}{\sum_{i=1}^n Q_{X_i} P_{X_i}}$$

در نسبت بالا،  $XDI$ : نماگر تنوع صادراتی؛  $Q_{X_i}$ : کالاهای صادراتی؛ و  $P_{X_i}$ : قیمت کالاهای صادراتی است. در این رابطه، کالاهای صادراتی بر اساس ارزش به صورت نزولی رتبه‌بندی شده است. برای استانداردسازی این نماگر، می‌توان نسبت سه قلم عمده صادراتی به ارزش کل صادرات کشوری را که دارای بیشترین تنوع صادراتی است

به‌عنوان مقیاس سنجش در نظر گرفت. براین اساس، نماگر تنوع صادراتی را می‌توان به صورت زیر نوشت:

$$XDI = \frac{\sum_{i=1}^3 Q_{X_i}^a P_{X_i}^a / \sum_{i=1}^n Q_{X_i}^a P_{X_i}^a}{\sum_{i=1}^3 Q_{X_i}^{ID} P_{X_i}^{ID} / \sum_{i=1}^n Q_{X_i}^{ID} P_{X_i}^{ID}}$$

در نسبت محاسباتی فوق،  $Q_{X_i}^a$ : معرف حجم صادرات کالای  $i$  ام توسط کشور  $a$  است.  $P_{X_i}^a$ : بیانگر قیمت کالای صادراتی  $i$  ام توسط کشور  $a$  است.  $Q_{X_i}^{ID}$  و  $P_{X_i}^{ID}$ : نمایانگر حجم و ارزش صادرات کالای  $i$  ام توسط کشور ایده آل ID هستند.

### نسبت نهاده داخلی به کل نهادهها

این نماگر میزان عدم وابستگی تولیدات داخلی به مواد اولیه و واسطه وارداتی را اندازه گیری می کند. برای محاسبه این نماگر، میزان عدم وابستگی صنایع داخلی به نهادههای وارداتی را با استفاده از رابطه زیر محاسبه می کنیم:

$$MI = 1 - MD = 1 - \frac{\sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^m X_{ij}^M P_{X_i}}{\sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^n X_{ij} P_{X_i}}$$

در نسبت بالا،  $MI$ : میزان عدم وابستگی صنایع داخلی به واردات؛  $X_i^M$ : میزان نهاده وارداتی  $i$  ام مورد استفاده در صنعت  $j$  ام؛  $P_{X_i}$ : قیمت نهاده  $i$  ام؛ و  $X_{ij}$ : میزان نهاده  $i$  ام مورد استفاده در صنعت  $j$  ام را نشان می دهند. هرچه وابستگی صنایع داخلی به مواد اولیه و واسطه وارداتی بیشتر باشد، بیانگر این است که سهم بیشتری از تولید داخلی در قالب صنایع مونتاژ قرار دارد و نتوانسته است مولد کالاهای با ارزش افزوده بالا باشد.

### نسبت کالاهای وارداتی سرمایه ای به کل واردات

یکی دیگر از نماگرهای قابل استفاده برای سنجش استقلال تجاری نسبت کالاهای وارداتی سرمایه ای به کل واردات است:

$$CM = \frac{M_C}{M}$$

نسبت کالاهای وارداتی سرمایه ای به کل واردات، نشان دهنده نسبت کالاهای وارداتی سرمایه ای به کالاهای وارداتی واسطه و مصرفی است.

### نسبت واردات کالاهای ضروری به کل واردات

این نماگر میزان توازن در کالاهای وارداتی را با استفاده از نسبت زیر محاسبه می کند:

$$NI = \frac{NM}{M}$$

در نسبت بالا، کالاهای غیرضروری با توجه به سید مصرف حد کفاف بالا تعیین می شود. کالاهایی که در سید مصرفی خانوارهای دارای حد کفاف بالا قرار نگیرد، مصداق «کالای غیرضروری» تلقی می شوند. در نسبت پیشنهادی بالا، تنها اقلام خارج از کرانه بالای حد کفاف مدنظر قرار گرفته است. اگر کالاهای موجود در سید حد کفاف پایین و بالا را در نظر بگیریم و با توجه به اهمیت نسبی شان به آنها وزن دهیم، می توان مقیاسی برای سنجش درجه ضروری بودن کالاها و خدمات وارداتی طراحی نمود.

### نسبت تعداد شرکای تجاری بالفعل به بالقوه در صادرات

تعدد شرکای تجاری موجب می شود که در صورت بروز اختلال در صادرات به یک کشور، این تقیصه را بتوان با افزایش صادرات به سایر کشورها جبران کرد. این اختلال ممکن است به واسطه زیاده خواهی یکی از طرفهای تجاری حاصل شود.

از این رو، انعطاف‌پذیری ناشی از تعدد شرکای تجاری می‌تواند به تحقق استقلال تجاری کمک کند. این نسبت را می‌توان از نسبت زیر به‌عنوان سنج‌های برای سیاست‌گذاری در جهت استقلال تجاری در بعد تعیین طرف‌های صادراتی استفاده کرد:

$$TPC_X = \frac{ATP_X}{PTP_X}$$

در نسبت بالا،  $TPC_X$ : نسبت تعدد شرکای تجاری بالفعل به بالقوه در صادرات؛  $ATP_X$ : تعدد شرکای تجاری بالفعل در صادرات و  $PTP_X$ : تعدد شرکای تجاری بالقوه در صادرات است. هرچه این نسبت به سمت عدد یک نزدیک‌تر شود، نشان‌دهنده استفاده مناسب از ظرفیت متنوع‌سازی طرف‌های تجاری در صادرات است.

### نسبت تعدد شرکای تجاری بالفعل به بالقوه در واردات

با توجه به اثرگذاری تعدد شرکای تجاری در تأمین استقلال تجاری، می‌توان از نسبت زیر به‌عنوان سنج‌های برای سیاست‌گذاری در جهت استقلال تجاری در بعد تعیین طرف‌های وارداتی استفاده کرد.

$$TPC_M = \frac{ATP_M}{PTP_M}$$

در نسبت بالا،  $TPC_M$ : نسبت تعدد شرکای تجاری بالفعل به بالقوه در واردات؛  $ATP_M$ : تعدد شرکای تجاری بالفعل در واردات؛ و  $PTP_M$ : تعدد شرکای تجاری بالقوه در واردات است. هرچه این نسبت به سمت عدد یک نزدیک‌تر شود، نشان از استفاده مناسب از ظرفیت متنوع‌سازی طرف‌های تجاری در واردات دارد.

### نماگرهای همگرایی تجاری اسلامی

در جدول ۶ سه نماگر همگرایی تجاری اسلامی معرفی شده است:

جدول ۶. نماگرهای همگرایی تجاری اسلامی

متغیرها	نماگر	لوازم معیار	معیار
ارزش صادرات؛ ارزش صادرات به کشورهای اسلامی	نسبت صادرات به کشورهای اسلامی به کل صادرات	افزایش مبادلات تجاری با کشورهای اسلامی	معیار همگرایی اسلامی
ارزش واردات؛ ارزش واردات از کشورهای اسلامی	نسبت واردات از کشورهای اسلامی به کل واردات		
ارزش صادرات؛ ارزش واردات؛ ارزش صادرات به کشورهای اسلامی؛ ارزش واردات از کشورهای اسلامی	نسبت مبادلات تجاری با کشورهای اسلامی به کل مبادلات تجاری		

### نسبت واردات از کشورهای مسلمان به کل واردات

نماگر واردات از کشورهای مسلمان ( $RM_{IC}^i$ )، سهم واردات یک کشور اسلامی از سایر کشورهای اسلامی را به‌عنوان شاخصی برای سنجش میزان همگرایی در تجارت خارجی اندازه‌گیری می‌کند. در این چارچوب، هرچه میزان واردات یک کشور از کشورهای اسلامی بیشتر باشد، بیانگر مشارکت بیشتر در تحقق همگرایی تجاری اسلامی است:

$$RM_{IC}^i = \frac{M_{IC}^i}{M^i}$$

در رابطه بالا،  $RM_{IC}^i$ : نسبت واردات کشور  $i$  از کشورهای اسلامی؛  $M_{IC}^i$ : ارزش واردات کشور  $i$  از کشورهای اسلامی؛ و  $M^i$ : ارزش کل واردات کشور  $i$  را نشان می‌دهد. به‌منظور استانداردسازی این نماگر و تعیین



کرانه آن، می‌توان از بهترین نسبت مزبور در میان کشورهای مسلمان به‌عنوان معیاس سنجش استفاده کرد. نماگر مزبور با استفاده از نسبت محاسباتی زیر اندازه‌گیری می‌شود:

$$RM_{IC}^i = \frac{M_{IC}^i/M^i}{M_{IC}^T/M^T}$$

در نماگر بالا،  $M_{IC}^T$  و  $M^T$  به ترتیب، میزان واردات کشور نمونه T از کشورهای اسلامی، و میزان واردات کشور نمونه T را نشان می‌دهد. کشور T کشوری است که بیشترین سهم واردات از کشورهای اسلامی را به خود اختصاص داده است. هرچه میزان شاخص به عدد یک نزدیک‌تر شود، نشان می‌دهد که کشور تحت بررسی همگرایی بیشتری در تأمین کالاهای وارداتی از کشورهای اسلامی داشته است.

### نسبت صادرات به کشورهای مسلمان به کل صادرات

در نماگر صادرات به کشورهای مسلمان ( $RX_{IC}^i$ ) میزان صادرات یک کشور مسلمان به کشورهای مسلمان دیگر سنجیده می‌شود. افزایش صادرات به کشورهای مسلمان می‌تواند بیانگر تلاش کشور تحت بررسی برای تقویت موقعیت تجاری کشورهای اسلامی قلمداد شود:

$$RX_{IC}^i = \frac{X_{IC}^i}{X^i}$$

در رابطه بالا،  $RX_{IC}^i$ : نسبت صادرات کشور i ام به کشورهای اسلامی؛  $X_{IC}^i$ : ارزش صادرات کشور i ام به کشورهای اسلامی؛ و  $X^i$ : ارزش کل صادرات کشور i ام را نشان می‌دهد. برای استانداردسازی این نماگر، بهترین رابطه مبادله صادراتی در میان کشورهای اسلامی در قالب نسبت محاسباتی زیر استفاده می‌شود:

$$RX_{IC}^i = \frac{X_{IC}^i/X^i}{X_{IC}^T/X^T}$$

در نماگر بالا،  $X_{IC}^T$  و  $X^T$  به ترتیب، میزان صادرات کشور نمونه T از کشورهای اسلامی، و میزان صادرات کشور نمونه T را نشان می‌دهد. کشور T کشوری است که بیشترین سهم صادرات به کشورهای اسلامی را به خود اختصاص داده است. هرچه میزان شاخص به عدد یک نزدیک‌تر شود، کشور تحت بررسی همگرایی بیشتری در تأمین کالاهای وارداتی سایر کشورهای اسلامی داشته است.

### رابطه مبادله تجاری اسلامی

با تجمع دو نماگر رابطه نسبت واردات از کشورهای مسلمان به کل واردات و نسبت صادرات به کشورهای مسلمان به کل صادرات، می‌توان به نماگر رابطه مبادله اسلامی دست یافت. برای این منظور، می‌توان با استفاده از روش فیشر، «میانگین هندسی» آن دو را به‌عنوان «نماگر ترکیبی» مطرح کرد:

$$ITT = \sqrt{M_{IC}^i \cdot X_{IC}^i}$$

در رابطه بالا،  $ITT$ ،  $M_{IC}^i$  به ترتیب، رابطه مبادله تجاری اسلامی، نسبت استاندارد شده واردات کشور i ام از کشورهای اسلامی به کل واردات کشور i ام، و نسبت استاندارد شده صادرات کشور i ام به کشورهای اسلامی به

کل صادرات کشور i رابطه مبادله واردات اسلامی را نشان می‌دهند. نماگر رابطه مبادله تجاری اسلامی عددی بین صفر و یک است. هر چه این عدد به صفر نزدیک باشد، نشانه همگرایی کمتر در تجارت با کشورهای اسلامی است. در مقابل، هر چه میزان نماگر به عدد یک نزدیک‌تر شود، نشانگر همگرایی بیشتر است.

## نماگرهای عدالت و انصاف تجاری

در جدول ۷، تعداد ۱۱ نماگر برای سنجش میزان تحقق عدالت و انصاف در تجارت خارجی پیشنهاد شده است:

جدول ۷. نماگرهای عدالت و انصاف تجاری

نماگر	لوازم معیار		معیار
نسبت محصولات وارداتی دارای نمایندگی فروش به کل محصولات وارداتی مشمول ضرورت نمایندگی	دسترسی به کالاها و خدمات سالم	رعایت حقوق مصرف‌کننده داخلی	عدالت و انصاف
نسبت محصولات وارداتی دارای ضمانت به کل محصولات وارداتی مشمول ضمانت اجباری			
نسبت کالاهای استاندارد وارداتی به کالاهای مشمول استاندارد اجباری			
نسبت محصولات وارداتی دارای برچسب اطلاعات به کل محصولات وارداتی مشمول برچسب اطلاعات	دسترسی به اطلاعات		
نسبت نرخ سود کالای وارداتی به نسبت سود مصوب	نرخ سود منصفانه بازرگانی		
نسبت صادرات انحصاری به کل صادرات	برابری در فرصت‌های تجاری	رعایت حقوق تاجران	
نسبت واردات انحصاری به کل واردات			
نسبت شکایت‌ها از نقض حقوق مالکیت معنوی خارجیان به شکایت‌های منجر به محکومیت	میزان رعایت حقوق مالکیت معنوی	رعایت حقوق خارجیان	
نسبت نرخ ترجیحات تجاری اعمال شده به نرخ توافق شده			
متوسط نرخ تخفیف تجاری به کشورهای کمتر توسعه یافته			
نسبت شکایت‌ها از قیمت‌شکنی صادرکنندگان داخلی به شکایت‌های منجر به محکومیت			
نسبت کالاهای وارداتی دارای نمایندگی خدمات پس از فروش به کالاهای وارداتی دارای نمایندگی خدمات پس از فروش	میزان عمل به تعهدات ناشی از قراردادهای	میزان رعایت انصاف در تعیین تعرفه	فقدان قیمت‌شکنی در بازارهای خارجی

## نسبت کالاهای وارداتی دارای نمایندگی

نسبت کالاهای وارداتی دارای نمایندگی خدمات پس از فروش به کالاهای وارداتی نیازمند نمایندگی خدمات پس از فروش را می‌توان سنج‌های برای اندازه‌گیری میزان رعایت حقوق مصرف‌کنندگان برای دسترسی به کالاها و خدمات سالم قلمداد کرد:

$$AGM = \frac{AGM_A}{AGM_S}$$

در نسبت بالا،  $AGM$ : نسبت کالاهای وارداتی دارای نمایندگی؛  $AGM_A$ : تعداد کالاهای وارداتی دارای نمایندگی خدمات پس از فروش؛ و  $AGM_S$ : تعداد کالاهای وارداتی نیازمند نمایندگی خدمات پس از فروش را تشکیل می‌دهند. هر چه این نسبت به عدد یک نزدیک‌تر شود، وضعیت بهتری در زمینه دستیابی مصرف‌کنندگان داخلی برای دسترسی به خدمات پس از فروش وجود نمایندگی خدمات پس از فروش به مصرف‌کنندگان داخلی اجازه می‌دهد که به قطعات یدکی هم دسترسی داشته باشند.

## نسبت کالاهای وارداتی دارای پوشش ضمانت (گارانتی)

نسبت کالاهای وارداتی دارای نمایندگی خدمات پس از فروش به کالاهای وارداتی نیازمند نمایندگی خدمات پس از فروش را می‌توان سنجش برای اندازه‌گیری میزان رعایت حقوق مصرف‌کنندگان برای دسترسی به کالاها و خدمات سالم قلمداد کرد:

$$GAM = \frac{GAM_A}{GAM_S}$$

در نسبت بالا،  $GAM$ : نسبت کالاهای وارداتی دارای ضمانت؛  $GAM_A$ : تعداد کالاهای وارداتی دارای ضمانت؛ و  $GAM_S$ : تعداد کالاهای وارداتی نیازمند ضمانت را تشکیل می‌دهند. هرچه این نسبت به عدد یک نزدیک‌تر شود، وضعیت بهتری در زمینه دستیابی مصرف‌کنندگان داخلی به کالای سالم به دست می‌آید.

## نسبت کالاهای استاندارد وارداتی به کالاهای مشمول استاندارد اجباری

این نسبت می‌تواند تحقق استانداردهای اجباری به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های رعایت حقوق مصرف‌کنندگان را بسنجد:

$$SR = \frac{SR_A}{SR_S}$$

در نسبت بالا،  $SR$ : نسبت کالاهای استاندارد وارداتی به کالاهای مشمول استاندارد اجباری؛  $SR_A$ : کالاهای استاندارد وارداتی؛ و  $SR_S$ : کالاهای وارداتی مشمول استاندارد الزامی را تشکیل می‌دهند. لازم به ذکر است که «سازمان ملی استاندارد» ایران برخی از کالاهای وارداتی را مشمول استاندارد الزامی تعریف می‌کند. همچنین این سازمان فهرست استانداردهای بین‌المللی مقبول «سازمان استاندارد ایران» را نیز منتشر می‌کند.

## نسبت محصولات وارداتی با برچسب اطلاعات به مشمول برچسب

این نسبت برای سنجش میزان استیفای حق مشتریان داخلی برای دسترسی به اطلاعات مطرح شده است:

$$INFOR = \frac{INFOR_A}{INFOR_S}$$

در نسبت بالا،  $INFOR$ : نسبت محصولات وارداتی با برچسب اطلاعات به مشمول برچسب؛  $INFOR_A$ : محصولات وارداتی با برچسب؛ و  $INFOR_S$ : محصولات وارداتی مشمول برچسب اطلاعات را نشان می‌دهد.

## نسبت نرخ سود کالاهای وارداتی به نرخ سود متعارف

این نماگر برای سنجش میزان تحقق سود منصفانه با استفاده از رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$FPR = 1 - \frac{PR_A}{PR_S} \text{ if } 0 \leq PR_A \leq PR_S$$

در نسبت بالا،  $FPR$ : نسبت نرخ سود کالاهای وارداتی به نرخ سود متعارف؛  $PR_A$ : متوسط نرخ سود کالاهای وارداتی؛ و  $PR_S$ : متوسط نرخ سود متعارف است. در جمهوری اسلامی ایران، میانگین نرخ سود متعارف انواع کالاهای وارداتی به صورت میانگین ۱۵ درصد تعیین شده است.

## نسبت واردات انحصاری به کل واردات

سهم واردات انحصاری از کل واردات را می‌توان نماگری از انحصارات وارداتی دانست:

$$MM = \frac{M^m}{M}$$

در رابطه بالا،  $MM$ ،  $M^m$  و  $M$  بیانگر سهم انحصارات وارداتی، ارزش کالای وارداتی انحصاری، و ارزش کل واردات را نشان می‌دهد. «کالاهای وارداتی انحصاری» به کالاهایی اطلاق می‌شود که واردات آن در انحصار تعداد محدودی اشخاص حقیقی یا حقوقی باشد. نماگر انحصار در تجارت خارجی از یک سو، بیانگر چگونگی توزیع عواید تجارت خارجی و از سوی دیگر، نشان‌دهنده وجود زمینه ناپایداری در مدیریت واردات و صادرات کالاها و خدمات است. در اینجا، مراد از «انحصار»، انحصار دولتی نیست، بلکه انحصار مرتبط با بخش خصوصی و شبه دولتی است.

## نسبت صادرات انحصاری به کل صادرات

این نماگر میزان انحصاری بودن صادرات را می‌سنجد:

$$MX = \frac{X^m}{X}$$

در رابطه بالا،  $MX$ ،  $X^m$  و  $X$  سهم انحصارات صادراتی، ارزش کالای صادراتی انحصاری، و ارزش کل صادرات را نشان می‌دهد. «کالاهای صادراتی انحصاری» به کالاهایی اطلاق می‌شود که صادرات آن در انحصار تعداد محدودی اشخاص حقیقی یا حقوقی باشد. این امر شامل انحصار طبیعی در کالاهایی همچون نفت، که صادرات آن عمدتاً توسط دولت انجام می‌شود، نمی‌گردد.

## نسبت صادرات و واردات انحصاری به کل صادرات و واردات

با تجمع دو نماگر انحصارات وارداتی و صادراتی می‌توان از میزان انحصارات در تجارت خارجی کشور تحت بررسی با استفاده از نسبت زیر مطلع شد:

$$MT = \frac{M^m + X^m}{X + M}$$

این نسبت حجم انحصارات در تجارت خارجی را با توجه به سهم صادرات و واردات انحصاری از کل صادرات و واردات اندازه‌گیری می‌کند.

## نسبت شکایتهای منجر به محکومیت از قیمت‌شکنی صادرکنندگان داخلی از کل شکایت‌ها

نسبت زیر میزان قیمت‌شکنی اثبات شده در بازارهای صادراتی را اندازه‌گیری می‌کند:

$$DR = 1 - \frac{DR_P}{DR_C}$$

در نسبت بالا،  $DR$ : نسبت شکایتهای منجر به محکومیت از قیمت‌شکنی صادرکنندگان داخلی از کل شکایتهای منجر به محکومیت از قیمت‌شکنی صادرکنندگان داخلی منجر به محکومیت؛ و  $DR_C$ : میزان شکایتهای مطرح شده از قیمت‌شکنی صادرکنندگان داخلی را نشان می‌دهد.

## نسبت نرخ ترجیحات تجاری اعمال شده به نرخ توافق شده

نسبت زیر میزان عمل بر اساس قراردادهای ترجیحات تجاری منعقد شده بین کشور و سایر کشورها را اندازه گیری می کند:

$$ATR = \frac{AATR_A}{AATR_S}$$

در نسبت بالا،  $ATR$ : نسبت نرخ ترجیحات اعمال شده به نرخ توافق شده در موافقتنامه‌های دوجانبه و چندجانبه؛  $AATR_A$ : متوسط نرخ ترجیحات اعمال شده منطبق بر موافقتنامه‌ها؛ و  $AATR_S$ : متوسط نرخ ترجیحات پذیرفته شده در موافقتنامه‌ها را نشان می‌دهد.

## نسبت متوسط نرخ تخفیف تجاری به کشورهای کمتر توسعه یافته

این نسبت متوسط نرخ تخفیف در تعرفه تجاری به کشورهای کمتر توسعه یافته را با استفاده از رابطه زیر به عنوان معیاری برای سنجش میزان انصاف اندازه گیری می‌کند:

$$APR = 1 - \frac{AT_{OC} - AT_{LDC}}{AT_{OC}}$$

در نسبت بالا،  $APR$ : نسبت متوسط نرخ تخفیف تجاری به کشورهای کمتر توسعه یافته،  $AT_{OC}$ : متوسط نرخ تعرفه بر کشورهای کمتر توسعه یافته؛ و  $AT_{LDC}$ : متوسط نرخ تعرفه بر سایر کشورها را نشان می‌دهد.

## نسبت شکایت‌های منجر به محکومیت از نقض حقوق مالکیت معنوی خارجیان به کل شکایت‌ها

نسبت زیر میزان نقض حقوق مالکیت معنوی خارجیان (Intellectual Property) در بازار داخلی را اندازه گیری می‌کند:

$$IPD = 1 - \frac{IPD_P}{IPD_C}$$

در نسبت بالا،  $IPD$ : نسبت شکایت‌های منجر به محکومیت از نقض حقوق مالکیت معنوی خارجیان به کل شکایت‌ها؛  $IPD_P$ : میزان شکایت‌ها از نقض حقوق مالکیت معنوی واردکنندگان داخلی منجر به محکومیت؛ و  $IPD_C$ : میزان شکایت‌های مطرح شده از نقض حقوق مالکیت معنوی واردکنندگان داخلی را نشان می‌دهد.

## شاخص تجارت خارجی در رویکرد اسلامی

شاخص پیشنهادی تجارت خارجی مطلوب در رویکرد اسلامی (Foreign Trade Index from an Islamic Perspective: FTIIP) با گرفتن میانگین هندسی نماگرهای پنج‌گانه منفعت اقتصادی پایدار، تجارت طیب، استقلال تجاری، همگرایی تجاری اسلامی، و عدالت و انصاف است و با استفاده از رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$FTIIP = (PBI, TTI, ITI, ITCI, J\&FI)^{1/5}$$

در نسبت بالا،  $FTIIP$ ،  $PBI$ ،  $TTI$ ،  $ITI$ ،  $ITCI$  و  $J\&FI$  به ترتیب، شاخص تجارت خارجی مطلوب در رویکرد اسلامی، نماگرهای منفعت تجاری عمومی، تجارت طیب، استقلال تجاری، همگرایی تجاری اسلامی، و عدالت و انصاف را نشان می‌دهند.



خارجی است. این رویکرد از یک سو، متکی بر مبانی معرفت‌شناسی، هستی‌شناسی و ارزش‌شناسی اسلامی است، و از سوی دیگر، مبتنی بر منابع اسلامی است. بر اساس نظریه تجارت خارجی مطرح شده در این مقاله، تعیین وضعیت مطلوب در سه بُعد اقلام تجاری، طرف‌های تجاری و شرایط تجاری، وابسته به ارزیابی میزان تحقق پنج جهت‌گیری جلب منفعت تجاری عمومی، حصول تجارت طیب، تأمین استقلال تجاری، تقویت همگرایی تجاری اسلامی، و تأمین اقتضائات عدالت و انصاف است. این نظریه هنجاری ریشه در واقعیت‌ها و مصالح اقتصادی جامعه اسلامی دارد. در این چارچوب، می‌توان این ادعای اثباتی را مطرح کرد که گسترش تجارت طیب مبتنی بر منافع تجاری عمومی همراه با حفظ استقلال تجاری و افزایش همگرایی تجاری اسلامی در چارچوب موازین عدالت و انصاف، می‌تواند نه تنها منافع اقتصادی کشورهای اسلامی را تأمین کند، بلکه زمینه‌ساز تحقق اهدافی همچون تقویت امت واحد اسلامی خواهد بود.

برای سنجش میزان تحقق جهت‌گیری‌های پنج‌گانه مطرح شده در تجارت خارجی، نماگرهای منفعت اقتصادی پایدار، تجارت طیب، استقلال تجاری، همگرایی تجاری اسلامی و عدالت و انصاف متشکل از مجموعه‌ای از زیرنماگرها پیشنهاد شده است. شاخص پیشنهادی تجارت خارجی در رویکرد اسلامی، میانگین هندسی نماگرهای پنج‌گانه معرفی شده است. این شاخص عددی بین صفر و یک است. هرچه میزان شاخص به عدد یک نزدیک‌تر شود، جهت‌گیری‌های اسلامی در سه بُعد تعیین اقلام، طرف‌ها، و شرایط تجاری به نحو بهتری مراعات شده است.

- ابن ابی الحدید، ۱۴۰۴ق، *شرح نهج البلاغه*، قم، کتابخانه آیت الله مرعشی نجفی.
- ابن بابویه، محمدبن علی (صدوق)، ۱۳۱۳ق، *من لایحضره الفقیه*، قم، جامعه مدرسین.
- استیگلیتز، جوزف، ۱۳۸۷، *تجارت منصفانه برای همه*، ترجمه مسعود کرباسیان، تهران، چشمه.
- اسلاملوئیان، کریم و عباس خدادادی، ۱۳۸۳، «تأثیر تنوع صادرات بر روند مبادله»، *بازرگانی*، ش ۳۲، ص ۱۸۷-۱۹۱.
- پورمقیم، جواد، ۱۳۸۵، *تجارت بین الملل*، تهران، نشر نی.
- توکل، محمدجواد و عباس شفیعی نژاد، ۱۳۹۱، «شاخص تولید خالص داخلی طیب»، *معرفت اقتصاد اسلامی*، ش ۶، ص ۲۹-۵۴.
- جوادی آملی، عبدالله، ۱۳۸۸، *روابط بین الملل در اسلام*، قم، اسراء.
- حرعاملی، محمدبن حسن، ۱۴۰۹ق، *وسائل الشیعه*، قم، اهل البیت علیهم السلام.
- حسینی جرجانی، ابی الفتح، ۱۴۰۴ق، *آیات الاحکام*، قم، نوید.
- خلیلی، عبدالامیر، ۱۳۶۹، «قانون مزیت نسبی در تولید و داد و ستد در اسلام»، در: *مجموعه مقالات فارسی اولین مجمع بررسی های اقتصاد اسلامی*، مشهد: بنیاد پژوهش های اسلامی آستان قدس رضوی.
- رحیمی بروجردی، علیرضا، ۱۳۷۴، *روابط تجاری بین المللی معاصر*، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی.
- علی ابن موسی الرضا، ۱۴۰۶ق، *الفقه المنسوب الی الامام الرضا علیه السلام*، مشهد، آل البیت علیهم السلام.
- سالواتوره، دومینک، ۱۳۷۴، *نظریه و مسائل اقتصاد بین الملل*، ترجمه سیدهدایت ایران پرور و حمیدگلریز، تهران، نشر نی.
- شایق، احمد، ۱۳۷۱، *مطالعه اقتصادی برای تشکیل بازار مشترک اسلامی*، تهران، سازمان برنامه و بودجه.
- صلاح الدین، محمد، ۱۳۸۴، *نظم و روابط اقتصادی بین الملل در چشم انداز اسلامی*، *درس هایی در اقتصاد اسلامی*، ترجمه ناصر الهی، قم، دانشگاه مفید.
- علوی، محمدتقی، ۱۳۷۱، «بازار مشترک اسلامی»، *معرفت*، ش ۲، ص ۴۸-۵۱.
- قطب الدین راوندی، سعید، ۱۴۰۵ق، *فقه القرآن*، قم، کتابخانه آیت الله مرعشی نجفی.
- کلینی، محمدبن یعقوب، ۱۴۰۷ق، *الکافی*، چ چهارم، تهران، دارالکتب الإسلامیه.
- کفایی، سیدمحمدعلی و همکاران، ۱۳۸۹، «بررسی هزینه و فایده حمایت گرای تجاری در ایران با استفاده از مدل جاذبه»، *اقتصاد و الگوسازی*، ش ۱، ص ۱۳۱-۱۵۰.
- مایر، جرال، ۱۳۸۲، *فضای بین المللی تجارت، رقابت و حاکمیت در اقتصاد جهانی*، ترجمه علی حبیبیان، تهران، سازمان مدیریت و برنامه ریزی.
- مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ق، *بحار الأنوار*، چ دوم، بیروت، دار إحياء التراث العربی.
- \_\_\_\_\_، ۱۳۸۰، *حلیة المتقین*، قم، فکراوران.
- محمدی ری شهری، محمد، ۱۳۶۲، *میزان الحکمه*، قم، مکتب الاعلام الاسلامی.
- میرجلیلی، حسین، ۱۳۸۸، *نظریه ها و سیاست های تجاری بین الملل و بازرگانی خارجی ایران*، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- یوسفونود، سامان و همکاران، ۱۳۸۹، «بررسی اثر جهانی شدن بر رابطه مبادله ناخالص کالاهای مصرفی، واسطه ای و سرمایه ای ایران با استفاده از رهیافت معادلات همزمان»، *توسعه و سرمایه*، ش ۶، ص ۷-۲۸.
- Ghose, A, 2004, "Global Economic Inequality and International Trade", *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 28, No. 2, P. 229-252.
- OECD & JRC, 2008, *Handbook on Constructing Composite Indicators; Methodology and User Guide*.
- Siddiqi, M, 1999, "Principles of International Economic Relations in Islam" In Manan et al. (Eds.), *International Economic Relationships from an Islamic Perspective*, P. 9-42.